

落月飞天，2019 中国航天的难忘瞬间

“2019年1月3日，嫦娥四号探测器在月球背面成功着陆；6月5日，我国首次海上运载火箭发射试验成功；7月25日，成功发射双曲线一号运载火箭，中国民营运载火箭实现了零的突破……2019，中国航天带给我们不止喜悦与感动

新华社北京12月31日电(记者胡喆)从嫦娥四号实现人类探测器首次月球背面软着陆，到长征五号运载火箭成功发射实践二十号卫星……2019年，中国人探索太空的脚步更加轻快。回望即将过去的一年，中国航天有哪些令人难忘的瞬间？在31日由中国航天报社和中国空间技术研究院联合航天领域院士专家评选出的“空间杯”中国航天十大新闻中，不难感受到2019年中国航天带来的收获、喜悦和感动。

嫦娥落月、长五飞天：

重大航天工程成绩喜人

2019年1月3日，嫦娥四号探测器成功着陆在月球背面艾特肯盆地冯·卡门撞击坑的预选着陆区，并通过“鹊桥”中继星传回了世界第一张近距离拍摄的月背影像图。

此次任务实现了人类探测器首次月背软着陆和巡视勘察，首次月背与地球的中继通信，开启了人类月球探测新篇章。嫦娥四号探测器月背软着陆近一年来取得了多项重大成果，玉兔二号月球车更成为人类在月面工作时间最长的月球车。

2019年12月27日，长征五号遥三运载火箭在中国文昌航天发射场成功发射，将我国东方红五号新一代大型卫星平台的首颗试验卫星实践二十号送入预定轨道。这是长征五号运载火箭的第三次飞行，从失败到成功，中国航天打赢了“翻身仗”。

未来，长征五号火箭将执行我国月球取样返回、火星探测等重大航天工程任务。实践二十号卫星将验证东方红五号新一代大型卫星平台关键技术，并实施多项新技术验证工作。

“北斗组网、高分明眸”，一系列重大工程的进展也成为2019中国航天的高光时刻。

2019年12月16日，长征三号乙运载火箭在西昌卫星发射中心成功发射，将我国北斗卫星导航系统第52、53颗卫星送入预定轨道。至此，北斗三号中圆地球轨道(MEO)卫星全部发射完毕，标志着北斗三号全球系统核心星座部署完成，为实现全球组网奠定坚实基础。

2019年11月3日，我国在太原卫星发射中心用长征四号乙运载火箭成功发射高分辨率对地观测系统重大专项高分七号卫星。高分七号卫星突破了亚米级立体测绘相机技术，我国光学立体测绘卫星水平再上新台阶。



▲长征五号遥三运载火箭在中国文昌航天发射场完成技术区相关工作后，垂直转运至发射区(12月21日摄)。 新华社发(郭文彬摄)

海上发射、半天两发：

进入空间能力和水平大幅提升

碧波万顷腾长龙，一箭七星海上来。2019年6月5日，我国在黄海海域用长征十一号海射运载火箭，将技术试验卫星捕风一号A、B星及五颗商业卫星顺利送入预定轨道，试验取得成功，这是我国首次在海上实施运载火箭发射技术试验。探索了我国海上发射管理模式，验证了海上发射能力，有利于更好地满足不同倾角卫星发射需求。

一声惊雷响彻戈壁，一条捷龙腾空而起。2019年8月17日，捷龙一号遥一火箭在我国酒泉卫星发射中心成功发射，以“一箭三星”方式顺利将三颗卫星送入预定轨道。这是捷龙一号执行的首次飞行任务，中国火箭“龙”系列横空出世，为中国商业航天的国家队开辟了新天地。

同时，“快响之舟”美誉的快舟运载火箭，也在不断刷新中国航天的纪录。

2019年12月7日的6个小时内，我国在太原卫星发射中心先后发射两枚快舟一号

甲运载火箭。10时55分，快舟一号甲火箭成功将“吉林一号”高分02B卫星发射升空。16时52分，又一枚快舟一号甲火箭采用“一箭六星”的方式发射升空。在同一发射场6小时之内进行两次航天发射，创下了中国航天新纪录，也打破了同一发射场和同一型号火箭发射时间间隔最短纪录。今年，快舟火箭共进行了5次发射均获成功。

2019年，中国航天发射次数达到34次，继2018年之后再次独占世界第一，标志着我国进入空间能力和水平大幅提升，为我国加快推进航天强国建设奠定了坚实基础。

“双曲线一号”火箭成功发射：

民营航天实现突破

商业航天的探索在全世界范围内都是一项高技术、高风险、高投入的事业。我国民营航天企业起步较晚，但发展势头迅猛。

2019年7月25日，我国在酒泉卫星发射中心成功发射双曲线一号运载火箭，

将气球卫星和BP-1B卫星送入预定轨道，此次发射成功入轨标志着中国民营运载火箭实现了零的突破。

双曲线一号遥一运载火箭由北京星际荣耀空间科技有限公司研制，采用三固一液的四级串联构型，是目前我国民营航天起飞规模最大、运载能力最强的运载火箭。

航天发展，动力先行。2019年5月17日，国内首台80吨液氧甲烷发动机——“天鹊”(TQ-12)试车成功。试验过程中，该发动机开关平稳迅速，工作参数稳定正常，各项性能均达到设计要求。

“天鹊”发动机由蓝箭航天自主研发，是世界上第三大推力液氧甲烷发动机，也是我国目前推力最大的双低温液体火箭发动机。该发动机试车的成功，意味着中国民营航天力量首次掌握了百吨级液体火箭发动机关键技术并具备发动机研制所需的保障能力。

太空探索无止境，伟大梦想不止步。展望未来，中国航天必将在浩瀚星海写下更多更辉煌的新篇章。

2019 中国电影为何“风景这边独好”？



新华社北京12月31日电(记者余俊杰、魏婧宇)年终岁末，“全球电影市场增长放缓”“影视投资圈陷入寒冬”之说一度流传。然而，中国影业2019年的成绩单却令人振奋——中国电影票房再创新高，比上一年提前22天突破600亿元大关，全年票房达到了642.66亿元。

春节档的《流浪地球》，暑期档的《哪吒之魔童降世》，国庆档的《我和我的祖国》……大超业内人士与广大观众预期的国产影片一部接一部上映，预示着未来中国电影光明的前景。

本土片票房为何一骑绝尘？

2019年是我国本土大片大获全胜的一年。综合国家电影资金办等机构2019年12月31日数据，2019年全国电影票房前十榜单上，国产片有8部，占整个票房35.63%。

——国产动画电影《哪吒之魔童降世》以50.01亿元荣登年度票房冠军，坐稳中国影史票房第二，仅次于56.83亿元的《战狼2》。

——当今世界影坛，优质科幻大片向来被视为电影工业发达水平标杆。国产科幻片《流浪地球》全年劲收46.8亿元(年度票房第二)，同属春节档的科幻题材《疯狂的外星人》大卖22.11亿元(年度票房第

六)，加上还有几部科幻电影宣布定档，业内不禁喊出“中国科幻片元年已到”的口号。

——展现平凡人的不平凡事迹，影片《我和我的祖国》以31.21亿元位居全年票房第四，加上位列第五的《中国机长》、第七的《飞驰人生》、第八的《烈火英雄》和第九的《少年的你》，每一部都是诚意之作。这些影片广受观众好评，不仅因为内容展现逆境中奋斗的精神感染力，还在于其故事风格、人物塑造和艺术表现等方面显得更加大胆灵活，踏出了坚实的前进脚步。

前上榜电影中，只有位居第三的《复仇者联盟：终局之战》和第十的《速度与激情：特别行动》两部续集电影是进口好莱坞大片。

主旋律电影为何大放异彩？

献礼新中国成立70周年的主旋律影片，成为2019年中国电影市场的一抹亮色。《我和我的祖国》《中国机长》《攀登者》《古田军号》《红星照耀中国》等影片在艺术表达上出新出彩，不仅在国内电影市场上收获票房佳绩，也扩大了海外影响力，为国产主旋律电影的创作开辟了新的方向。

回首新中国70年电影史，每个时代都有弘扬时代精神的主旋律电影涌现。近年来，主旋律电影进入新的发展阶段，开始与商业类型片结合，在思想高度、艺术理念、市场意识等层面不断实现突破。

《我和我的祖国》以“小我”的真实感受，展现群体的共同记忆，一改以往大人物展现大事件的主旋律电影常用表达方式，更贴近当下主流观众审美，摘得年度国产电影票房

季军。

改编自真实事件的《中国机长》《攀登者》《烈火英雄》等主旋律商业大片，很好地平衡了真实重现与艺术创造间的关系，通过新颖的故事模式、丰富的艺术表现手法和有血有肉的角色塑造，使观众感受到基于真实事件的艺术升华带来的加倍震撼。

《古田军号》《决胜时刻》《红星照耀中国》再现了古田会议、新中国筹建、埃德加·斯诺赴延安采访等历史事件，这些影片尝试以创新表达传承红色基因，为重大革命和历史题材创作探索新的宝贵经验。

中国电影评论学会会长饶曙光表示，主旋律电影的成功，是社会效益和经济效益的双丰收，特别是对于青年观众来说，主旋律电影佳作可以使他们更主动、更乐于接受社会主义核心价值观。影视专家也指出，面对日趋激烈的电影市场竞争，如何讲好故事、塑造好人物，避免人物脸谱化、情感空洞化、价值灌输化，是主旋律电影仍要面对的问题。

类型电影：有“硬核”突破，也有不温不火

2019年中国电影市场还在许多方面为观众带来了惊喜。《流浪地球》开创了国产科幻电影新纪录，《误杀》《来电狂响》《“大”人物》让业内看到了改编国外经典剧本的商业潜力，《少年的你》等现实题材影片带领观众关注社会与家庭责任……类型电影百花齐放，满足了观众日益多元的观

影需求。

中国文艺评论家协会副主席尹鸿说，2019年中国电影有所突破的是，科幻电影取得历史性成就，动画电影跨上全人群台阶，青年电影人集体爆发，现实主义电影异军突起，电影工业化进入新阶段。

暑期档上映的《哪吒之魔童降世》，以2019年电影票房冠军、国产电影票房总排行榜第二名的成绩，成为国产动画电影的又一部里程碑式作品。《白蛇：缘起》《罗小黑战记》等动画电影同样获得口碑与票房双赢，为不同年龄段观众展示了国产电影的多种可能性。

《反贪风暴4》《使徒行者2》和正在上映的《叶问4》等续集电影继续票房不俗，反映近年来内地与香港合拍电影在商业类型方面继续保持高水准制作优势。

关注现实也是2019年电影市场的一大关键词。《少年的你》直面校园欺凌，《老师好》《银河补习班》从不同角度探讨青少年教育问题。《地久天长》讲述了两个家庭因意外而改变的生活，《受益人》描绘了网络女主播、单亲爸爸等小人物的平凡人生。现实题材电影更加注重于观众共情，使观众在笑与泪中走进生活深处。

与此同时，值得注意的是，过去几年曾经异常火爆的喜剧片、爱情片、青春片，在2019年市场上整体表现并不突出。影视专家表示，中国观众对电影的审美需求不断提升，过去的号召力不代表今后的票房保证，中国电影需要进一步明确类型定位，精细创意与叙事，从而获得观众的持续青睐。

新华社上海12月31日电(记者王淑娟、高少华)2019年，上海南京路上的新世界城、北京的长安商场等传统百货商店纷纷进行改造。

与此形成鲜明对比的是网络零售狂欢式增长。2019年“双11”，各大电商平台再创销售新高。11月1日到11日，全国网络零售额超过8700亿元人民币，同比增长了26.7%。

就在人们觉得线下实体店已经落伍出局的时候，阿里、苏宁、网易严选、一条等一批线上“大咖”却纷纷进军线下，在各地开设了一大批体验型的新零售店，乡镇市场更成为“各路诸侯”攻城略地的新战场。

那么，未来的零售业谁主沉浮？消费者将在何处“买买买”？

关键词：直播带货、下沉市场、一小时生活圈、反向定制

观察令人眼花缭乱的2019年零售业变局，直播带货、下沉市场、一小时生活圈、反向定制等几大关键词不容忽视。

——直播带货。2019年是网红直播带货大爆发的一年，“双11”有超过50%的商家通过直播形式卖货，当天淘宝直播带来的成交额就近200亿元。其中李佳琦的成绩超过10亿元，体量抵得上部分商场一年的销售额。爆火的还有李子柒，通过短视频分享田园牧歌的乡村生活，她在淘宝上开设的同名美食品牌店铺，收款成为“爆品”。

——下沉市场。下沉市场指的是三线及以下城市、乡镇与农村地区的市场。数据显示，下沉市场的消费群体占据全国人口的七成左右。“2019年，下沉市场的线上消费有近80%的品类增速都要快于一二线城市，他们对生活品质升级的需求强烈。”CBNData首席商业分析师李湘说。

——一小时生活圈。下沉市场消费升级，而一二线城市拼的是购物体验。2019年线上零售的到家速度不断被刷新纪录，“一小时到家”已经成为众多零售电商平台的标配，苏宁小店、京东到家、每日优鲜、盒马鲜生等都有此类服务。

——反向定制。平台利用大数据对消费者的需求精准把握，与制造商更顺畅地对接，消费者也从挑选者变为订购者。“将500多万个线上线下下的消费者评价信息通过AI深度学习后，我们分析出老百姓对一口锅的主要诉求有六点，直接反馈给厂家，定制生产出来的一款锅成为热销爆品。”苏宁科技常务副总裁荆伟说。

科技赋能给零售业带来哪些改变？

商务部数据显示，2019年11月份重点企业网络零售额同比增长19.5%，增速比百货店、便利店、超市分别高19.8%、11.4%和10.7个百分点。是什么样的力量让互联网新零售击败传统零售？

以一张小小的会员卡为例，传统的百货、商超以前就有会员卡服务，但除了积分换购外，并没有让会员卡发挥更大价值。奥纬咨询大中华区副董事合伙人陈闻表示，依托数字化和大数据分析手段，新零售企业从海量的会员信息中分析消费习惯、消费偏好等，顾客想要什么就提供什么，进行更有针对性的品类管理优化。

坪效是门店每平方米每年创造的收入，实体零售店通常用来衡量运营效益。华泰证券的研究报告显示，中国新零售卖场的坪效大约是1.5万元，而新零售卖场盒马鲜生的坪效达到5万元，线上销售占比超过50%。这背后是科技的贡献，新零售企业已经实现了智能化的分拣打包、库存管理。

零售大战也是物流大战。依托5G、大数据、AI等技术，“以前是人找货，订单一多，人就忙不过来了甚至出现爆仓。现在是货找人，顾客下单后，货物会通过系统和设备，自动“跑”到拣选人员面前。无人仓的机器人两个小时就可完成普通员工一天的工作量。”苏宁物流研究院副院长梁学锋告诉记者，在“无人仓物流基地”，货物从仓库出仓到被运走，整个过程最快只要20分钟。

每日优鲜联合创始人兼总裁曾斌表示，未来劳动力成本越来越高，无人仓已经具有大规模商业化应用的可能。在复旦、上海交大等高校，还出现了“无人快递车”，既可以给宿舍楼送快递，也能取件，“黑科技”新潮又方便。

未来消费者在哪里“买买买”？

商场倒闭、电商狂欢，未来零售业谁主沉浮？专家认为，我国零售业进入创新变革的关键时期，未来将是线上线下融合、多业态互补的市场格局。

在一批又一批百货商超黯然离场的时候，有的门店前却排起长队。

12月21日上午，上海的地标商业街淮海路上，一间名为“niko and ...”的3层复合型潮牌店正式开张。这家来自日本的潮流杂货店，因客流太大不得不进行限流。这里的店址曾是老牌百货淮海青少年用品商场所在大厦。

隔着一街之隔，无印良品全球旗舰店取代老牌百货商店出现。围绕“衣、食、住、行、育、乐”6个跟生活相关的主题，消费者在这里获得的不仅是购物，更是一种体验。

也有传统商场迎难而上，在竞争中华丽转身。2019年底，上海南京路上的新世界城改造后重新开业。海洋水族馆、室内攀岩项目、“火影忍者世界”等体验型项目的引入让商场人气暴涨，好买、好看、好玩的休闲体验受到了消费者的追捧。新零售店主打“体验型经济”，这是虚拟化的互联网所不能提供的魅力。新世界城副总经理李蔚介绍，改造后的新世界城从纯粹的购物中心变身为消费者气的“城市会客厅”。

中国连锁经营协会会长裴亮认为，零售业务将全面数字化、智能化，全渠道营销成为零售企业的标配。5G、物联网等新技术发展，将助力中国零售业技术创新继续保持领先地位。



商场转型、电商狂欢，未来零售业谁主沉浮？